

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi

MEMBANGUN ORIENTASI DALAM BERMITRA SECARA PROFESIONAL DENGAN DASAR ETIKA BISNIS PADA PT BANDA ARTA JAYA WIGUNA

Vivi Puji Astuti¹ Wenti Ayu Sunarjo²

^{1,2}Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan

*Email: Vivipuji.a@gmail.com¹

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 9 Februari 2024

Received in revised form: 17 Februari 2024

Accepted: 17 Februari 2024

Keywords: Business Ethics, Professional Competence, Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of business ethic and professional competence on partner satisfaction. This research method uses quantitative methods with the sampling technique is purposive sampling and the sample calculation technique is saturated sampling. Where the sample in this study amounted to 91 business partners group 1, form PT Banda Arta Jaya Wiguna. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. These results of this study reveal that partially (1) business ethics has a significant positive effect on partner satisfaction, (2) professional competence has a significant positive effect on partner satisfaction, (3) business ethics and professional competence has a significant effect simultaneously on partner satisfaction. The effect of business ethics and professional competence on partner satisfaction is 77,4% while the remaining 22,6% is influenced by other factors not included in this study.

PENDAHULUAN

Angka pertumbuhan ekonomi suatu negara selama periode waktu tertentu, secara umum digunakan untuk menunjukkan perkembangan perekonomian negara tersebut. Pertumbuhan ekonomi juga merupakan indikator keberhasilan pembangunan ekonomi sekaligus rezim pemerintah yang berkuasa (Setiawan, 2015). Dampak positif dari pertumbuhan ekonomi yang baik salah satunya pada sektor investasi, khususnya investasi pada sektor riil yang dianggap sebagai investasi jangka panjang karena membutuhkan waktu yang cukup lama untuk berkembang (Mintarti, 2017). Pertumbuhan ekonomi saat ini diharapkan dapat dipicu oleh tingginya konsumsi masyarakat, yang pada dasarnya menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi. Namun, konsumsi masyarakat tidak dapat terus meningkat tanpa adanya peningkatan pendapatan di sektor riil pada tempat dimana masyarakat bekerja dan mendapatkan penghasilan. Sedangkan untuk peningkatan pendapatan sektor riil memerlukan investasi, baik dalam bentuk perluasan atau ekspansi maupun investasi baru, sehingga dapat meningkatkan kapasitas bisnis dan menciptakan perluasan bisnis yang baru (Gunawan, 2019).

Pertumbuhan ekonomi saat ini diharapkan dari tingginya konsumsi masyarakat atau dengan kata lain konsumsi masyarakat diharapkan sebagai motor pertumbuhan ekonomi. Padahal konsumsi masyarakat tidak mungkin terus tinggi tanpa adanya peningkatan pendapatan di sektor riil pada tempat dimana masyarakat bekerja dan memperoleh penghasilan. Sedangkan untuk peningkatan pendapatan sektor riil memerlukan investasi, baik dalam bentuk perluasan atau ekspansi maupun investasi baru, sehingga dapat meningkatkan kapasitas bisnis dan menciptakan perluasan bisnis yang baru. Peningkatan kapasitas bisnis dan penciptaan peluang bisnis baru juga berarti semakin banyak penyerapan tenaga kerja baru dan peningkatan pada pendapatan pekerja, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pertumbuhan pada sektor riil memegang peran krusial dalam proses pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Tanpa pertumbuhan di sektor riil, pertumbuhan ekonomi akan terhambat atau bahkan tidak terjadi peningkatan. Oleh sebab itu, pertumbuhan sektor riil memerlukan investasi sebagai upaya menjaga keberlangsungan pertumbuhan ekonomi itu sendiri (Astuti, 2018). Dalam konteks ini, para pemberi investasi dikenal sebagai investor atau mitra bisnis.

Mitra bisnis merupakan hubungan kolaboratif dalam menjalankan sebuah bisnis kerja sama dalam mencapai tujuan yang sama, berdasar pada suatu kesepakatan dan peran masing-masing pihak. Kualitas kemitraan bisnis dapat menjadi faktor penentu keberhasilan suatu bisnis. Dalam membangun sebuah kemitraan yang baik memerlukan rasa saling menghormati, menjaga kepercayaan, kesamaan visi dan misi, yang dalam hal ini dapat disebut juga dengan etika bisnis. Etika bisnis merupakan standar atas tindakan yang dilakukan saat berbisnis sehingga tidak menyalahi aturan-aturan (Mulyaningsih & Hermina, 2017). Pada dasarnya seorang mitra tentunya ingin mencapai sebuah kepuasan tingkat kesuksesan bersama begitu pula dengan PT Banda Arta Jaya Wiguna. Perusahaan yang bergerak dibidang finansial, memiliki beberapa mitra bisnis dengan visi “Menjadi perusahaan yang bonafit dan terpercaya dalam menyediakan solusi trust property dan finansial yang lengkap dengan selalu beradaptasi pada perubahan teknologi dan finansial global”.

Pada prakteknya, PT Banda Arta Jaya Wiguna memiliki standar operasional prosedur dalam bermitra. Selain itu juga memiliki standar etika bisnis yang profesional. Dimana ketika mitra bisnis melakukan penyelewengan, maka secara langsung akan dikeluarkan tanpa adanya toleransi dan tidak dapat bergabung kembali. Namun dalam hal ini, tentu terdapat beberapa mitra PT Banda Arta Jaya Wiguna yang melakukan penyelewengan ketika merasa cukup pada hal yang telah dicapai namun tidak merasa puas. Pangkal ketidakpuasan ini adalah hawa nafsu yang tidak terkendali, sehingga tidak sedikit diantara seorang mitra yang melakukan tindak kejahatan (moral hazard). Sehingga etika bisnis diperlukan untuk dapat mempengaruhi tindakan seorang pebisnis dalam mencapai kepuasan bermitra.

Penelitian yang dilakukan oleh Asyari et al., (2022) yang menyatakan bahwa etika bisnis berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Denni et al., (2022) juga menyatakan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kedua penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muliati et al., (2022) menyatakan bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen muslim pada restaurant Dr. Nia baker seafood and steak house di Kota Dumai. Disamping peranan etika bisnis dapat menunjang kepuasan seorang pebisnis dalam bermitra, tentunya kompetensi profesional juga menjadi salah satu hal yang dapat menunjang kepuasan seorang pebisnis dalam bermitra pula. Kompetensi profesional merupakan rangkaian skill dan perilaku yang perlu dimiliki seorang pebisnis yang digunakan

untuk mencapai target peningkatan kapasitas bisnis dan menciptakan perluasan bisnis yang baru. Yang mana dalam hal ini tentu akan meningkatkan pula keuntungan dalam bermitra, sehingga dapat memberikan kepuasan. Penelitian yang dilakukan Asyari et al., (2022) menyatakan bahwa kompetensi profesional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Sahputra & Abizar, (2022) juga menyatakan bahwa kompetensi karyawan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan bengkel manufaktur di Kota Serang. Akan tetapi kedua penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhermawan et al., (2012) yang menyatakan bahwa kompetensi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Dinas Pekerjaan Umum di Provinsi Bali.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, fenomena gap, dan research gap di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Membangun Orientasi Dalam Bermitra Secara Profesional Dengan Dasar Etika Bisnis Pada PT Banda Arta Jaya Wiguna”. Tujuan dalam penelitian ini antara lain: (1) untuk menguji dan menganalisis pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan dalam bermitra pada PT Banda Arta Jaya Wiguna. (2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kompetensi profesional terhadap kepuasan dalam bermitra pada PT Banda Arta Jaya Wiguna. (3) untuk menguji dan menganalisis pengaruh etika bisnis dan kompetensi profesional secara simultan terhadap kepuasan dalam bermitra pada PT Banda Arta Jaya Wiguna.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Tinjauan Pustaka

Teori Stakeholder

Grand theory pada penelitian ini adalah Teori Stakeholder. Teori stakeholder pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984. Menurutnya teori stakeholder adalah teori mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Teori stakeholder juga diartikan sebagai sekelompok orang atau individu yang diidentifikasi dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan ataupun dapat dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Teori stakeholder menjelaskan bahwa para pemegang saham, para pekerja, para supplier, bank, para *customer*, pemerintah, dan komunitas memegang peranan penting dalam organisasi (berperan sebagai stakeholder), untuk itu korporasi harus memperhitungkan semua kepentingan dan nilai-nilai dari para stakeholdernya.

Sebagaimana dengan hubungan variabel independen dan variabel dependen dengan teori stakeholder. Apabila dalam aktivitas operasionalnya dalam bermitra mampu menyeimbangkan etika bisnis dan kompetensi profesionalnya, maka kepuasan dalam bermitra akan didapatkan bersama secara maksimal. Terkait teori stakeholder dengan etika bisnis adalah apabila masing-masing mitra bisnis (stakeholder) memiliki etika dalam berbisnis dengan baik tanpa adanya penyelewengan aturan-aturan standar operasional prosedur, serta tidak adanya tindak kejahatan dalam bermitra (moral hazard) maka kepuasan dalam bermitra akan terwujud karena tidak ada satupun yang dirugikan dalam hubungan mitra tersebut.

Terkait teori stakeholder dengan kompetensi profesional adalah apabila masing-masing mitra bisnis (stakeholder) memiliki kompetensi dalam berbisnis secara profesional dengan tujuan yang sama, tentu pencapaian tujuan dalam bermitra akan lebih tercapai dan sesuai dengan peranan masing-masing secara profesional sehingga dalam hal ini tentu akan menimbulkan rasa kepuasan dalam bermitra. Kemudian terkait dengan teori stakeholder dengan kepuasan dalam bermitra adalah apabila masing-masing mitra bisnis (*stakeholder*) telah

mencapai perhitungan korporasi semua kepentingan dan nilai-nilai dengan sesuai, tentu akan mencapai tingkat kepuasan bersama dalam bermitra.

Etika Bisnis

Asyari et al., (2022) menjelaskan bahwa etika dapat diartikan sebagai konsep moral, kebiasaan, atau aturan yang berkaitan dengan norma-norma atau adat istiadat. Ketika diterapkan pada konteks bisnis, etika bisnis mencakup norma-norma yang berlaku bagi siapa pun yang terlibat dalam dunia bisnis, termasuk aspek-aspek seperti kejujuran, keterbukaan, dan tindakan yang etis (Keraf & Imam, 1998). Secara umum, prinsip-prinsip etika dalam berbisnis adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Otonomi

Orang bisnis yang otonom, menyadari sepenuhnya apa yang menjadi kewajibannya dalam lingkungan bisnis. Unsur lainnya dari prinsip otonomi adalah tanggungjawab. Orang bisnis otonom harus dapat mempertanggungjawabkan keputusan serta tindakannya. Kesiapan bertanggungjawab merupakan perilaku dari individu bermoral.

2. Prinsip Kejujuran

Bisnis akan bertahan lama jika melakukan prinsip kejujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh keyakinan dari relasi bisnis baik berupa kepercayaan komersial, material, maupun moral. Kejujuran menuntut adanya toleransi dan realitas serta terdapat tiga cakupan kegiatan bisnis yang berkaitan dengan prinsip kejujuran yaitu kejujuran dalam memenuhi syarat perjanjian dan kontrak.

3. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut setiap orang untuk diperlakukan secara setaraf sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan memiliki arti tidak adanya seseorang yang merasa hak dan kepentingannya dirugikan. Dalam dunia bisnis, prinsip keadilan berkaitan dengan asas perlakuan yang sama sesuai dengan aturan dan ketentuan dalam perusahaan yang juga adil dan baik.

4. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip saling menguntungkan merupakan prinsip yang dilakukan agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain atau *win-win situation* tanpa adanya tindak kejahatan (moral hazard) yang menimbulkan salah satu dirugikan.

5. Prinsip Integritas Moral

Prinsip integritas moral ini dinyatakan dalam berbisnis agar hendaknya dijalankan dengan tetap menjaga nama baik diri dan nama baik perusahaan.

Adapun beberapa indikator dalam pelaksanaan etika bisnis yang dituliskan oleh Denni et al., (2022), antara lain:

1. Indikator Etika Bisnis menurut Ekonomi

Perusahaan atau pebisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

2. Indikator Etika Bisnis menurut Peraturan Khusus yang berlaku.

Perusahaan atau pebisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila setiap pebisnis mematuhi aturan-aturan khusus sebelumnya yang telah disetujui dan disepakati.

3. Indikator Etika Bisnis menurut Hukum

Perusahaan atau pebisnis dikatakan beretika apabila mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

4. Indikator Etika berdasarkan Ajaran Agama
Pelaku bisnis dianggap beretika apabila dalam pelaksanaan bisnisnya merujuk kepada ajaran agamayang dianutnya.
5. Indikator Etika berdasarkan Nilai Budaya
Setiap pelaku bisnis baik secara kelembagaan maupun individu telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang disekitar suatu perusahaan, daerah, bangsa, dan negara.
6. Indikator Etika Bisnis menurut Pribadi
Apabila masing-masing pebisnis berperilaku jujur dan menjaga integritas pribadinya.

Secara terminologis etika sebagai praktis dan sebagai refleksi. Etika sebagai praktis diterjemahkan menjadi moralitas, sesuatu yang harus dilakukan, sesuatu yang tidak boleh dilakukan, sesuatu yang tidak pantas dilakukan. Sementara etika sebagai refleksi merupakan pemikiran tentang moral, tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan. Sehingga dalam pelaksanaannya, pebisnis harus memiliki etika agar tidak terjadi tindak kejahatan (moral hazard) yang dapat menimbulkan kerugian kepada salah satu pihak dan tentu akan mencapai kepuasan bersama dalam bermitra bisnis.

H₁ : etika bisnis berpengaruh terhadap kepuasan bermitra.

Kompetensi Profesional

Secara etimologis, kompetensi diartikan sebagai dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin atau staf mempunyai keterampilan, pengetahuan, dan perilaku yang baik. Kompetensi berasal dari kata competence yang artinya kecakapan, kemampuan dan wewenang. Kompetensi merupakan suatu yang mendasari karakteristik dari individu yang dihubungkan dengan hasil yang diperoleh dalam suatu pekerjaan. Karakteristik dasar dalam kompetensi berarti kemampuan adalah sesuatu yang kronis dan dalam bagian dari kepribasdian seseorang dan dapat diramalkan perilaku dalam suatu tugas pekerjaan.

Wibowo (2014) menjelaskan bahwa kompetensi merupakan suatu kemampuan untuk melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut. Dengan demikian, kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang penting, sebagai unggulan bidang tersebut. Indikator kompetensi profesional, antara lain:

1. Menguasai Pekerjaan
Pekerjaan yang diberikan harus dapat dipahami secara mendalam. Dimulai dari konsep hingga pola pikir dalam menyelesaikannya.
2. Memahami Tujuan Pekerjaan
Perusahaan atau pebisnis harus memahami tujuan pekerjaan yang dilakukan. Tujuan ini harus dipahami agar memiliki semangat dan arah dalam bekerja.
3. Mengembangkan Diri
Kompetensi profesional harus memiliki kemampuan dalam mengembangkan diri untuk target masa depan yang lebih tinggi.
4. Evaluasi Diri
Segala bentuk pekerjaan yang telah dilakukan harus dievaluasi untuk dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas tujuan pekerjaan yang dilakukan.

5. Memanfaatkan Teknologi dan Keterbukaan Informasi

Perusahaan atau pebisnis diharuskan untuk dapat memanfaatkan teknologi dan keterbukaan informasi guna mengembangkan pekerjaan di era industri 4.0.

Kompetensi merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan dengan baik terhadap masalah yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku. Tidak sedikit perusahaan yang berinvestasi kepada tenaga kerja maupun mitra yang kompeten karena kompetensi dijadikan sebagai salah satu kriteria tenaga kerja atau mitra secara profesional. Setiap individu dalam organisasi, agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan perlu memiliki sebuah kompetensi profesional yang unggul dengan dipengaruhi adanya karakteristik masing-masing sehingga dapat terciptanya kepuasan bersama dalam bermitra.

H₂ : kompetensi profesional berpengaruh terhadap kepuasan bermitra.

Kepuasan Bermitra

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” (cukup baik atau memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Sehingga, secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu yang memadai. Kepuasan bermitra merupakan salah satu faktor penting bagi kelangsungan kerjasama suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan secara seksama. Menurut Kotler & Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi yang diharapkan. Jika kinerja gagal memenuhi harapan, maka bermitra akan tidak merasa puas.

Kepuasan pada dasarnya merupakan hal yang bersifat individual yang mana setiap individu memiliki kepuasan yang berbeda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Kepuasan sebagai sekumpulan perasaan, keputusan kerja bersifat dinamis, dapat menurun dan timbul dalam waktu dan tempat tertentu yang berbeda. Sifat lingkungan seseorang mempengaruhi perasaan di dalam pekerjaan. Semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu tersebut maka tingkat kepuasan akan didapatkan.

Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar, disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan besar atas dasar prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan (Sasmita, 2010). Kemitraan usaha muncul sebagai alternatif untuk menanggapi pasar yang semakin terdiversifikasi dan lingkungan yang dinamis.

Kemitraan mempunyai atribut, antara lain: (1) *Economy of scope*, dimana kemitraan ditempuh untuk mendapatkan nilai tambah dan menciptakan masalah yang sulit dicapai oleh perusahaan tunggal, (2) *Economy of speed* atau kemitraan ditempuh untuk dapat memperpendek suatu proses pengembangan produk, dan (3) *Network effect* atau kemitraan dilaksanakan untuk membentuk suatu jaringan kerja yang menciptakan teknologi, kapasitas dan budaya bisnis yang memungkinkan aplikasi baru dengan berbagai tujuan.

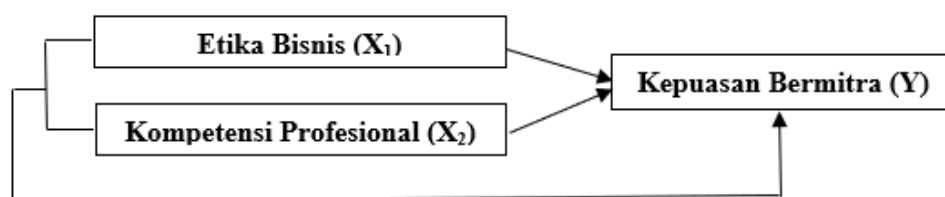
Menurut Umam (2017), bahwa dimensi yang digunakan untuk menilai kualitas dan kepuasan bermitra antara lain:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan kinerja yang sesuai dengan kesepakatan kemitraan.

2. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesiapan antar mitra dalam melaksanakan masing-masing kinerjanya.
3. *Assurance*, meliputi kemampuan masing-masing mitra atas pengetahuan terhadap kerjasama yang akan dilakukan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan antar mitra.
4. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual antar mitra untuk kemudahan berkomunikasi serta berusaha saling memahami keinginan dan kebutuhan antar mitra.
5. *Tangibles*, meliputi penampilan fasilitas fisik untuk menunjang kepuasan ketercapaiannya target bisnis dalam bermitra.

Kepuasan bermitra pada dasarnya adalah salah satu faktor penting bagi kelangsungan kerjasama suatu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan secara seksama. Dalam hal ini, kepuasan bermitra dapat dibentuk dengan etika bisnis dan kompetensi profesional. Apabila kerjasama antar mitra tidak menimbulkan kerugian akibat kurangnya etika bisnis dengan melakukan tindak kejahatan, serta memiliki komptensi profesional dalam menunjang target kesepakatan tentu akan menimbulkan rasa kepuasan secara bersama-sama dalam bermitra.

H₃ : etika bisnis dan kompetensi profesional berpengaruh terhadap kepuasan bermitra.



Gambar 2. Kerangka Teori

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner yang harus diisi oleh responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan teknik perhitungannya menggunakan metode sampling jenuh, dimana semua populasi mitra bisnis kloter 1 PT Banda Arta Jaya Wiguna yang berjumlah 91 orang menjadi sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Instrumen utama digunakan untuk memperoleh data yang disusun secara sistematis berisi beberapa pertanyaan yang diberikan kepada responden yang telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan yang signifikan dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.EB + b_2.KP + e$$

Dimana:

- Y : Kepuasan dalam bermitra
 a : Konstanta
 b₁ : Koefisien regresi untuk X₁

b_2 : Koefisien regresi untuk X_2
EB : Etika Bisnis
KP : Kompetensi Profesional
KO : Komunikasi Organisasi
e : Standar eror

Pengujian Hipotesis :

- a. Uji Parsial (Uji-t)
Uji hipotesis secara parsial (uji-t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Uji Simultan (Uji-F)
Uji hipotesis secara simultan (uji-F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Dari 91 mitra bisnis kloter 1 PT Banda Arta Jaya Wiguna, responden paling banyak berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 88 orang, karena dalam hal ini mayoritas dari seorang pebisnis adalah seorang laki-laki. Selanjutnya, usia responden paling banyak pada rentang usia 41 tahun sampai dengan 50 tahun, dimana usia ini adalah usia matang untuk pengembangan usaha riil yang telah dibangun. Kemudian, tingkat pendidikan responden paling banyak berada pada tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas atau Sekolah Menengah Kejuruan yang mana dalam hal ini karena mayoritas tahun lahiran 1980-an tergolong tinggi ketika berada pada tingkat kelulusan Sekolah Menengah Atas atau Sekolah Menengah Kejuruan.

Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model digunakan untuk menguji apakah model regresi linier berganda cocok digunakan untuk menguji pengaruh etika bisnis dan kompetensi professional terhadap kepuasan bermitra. Hasil analisis data menggunakan SPSS seperti pada tabel 1 dibawah ini:

Table 1 Uji Kecocokan Model

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	300.741	2	150.371	150.925	.000
	Residual	87.676	88	.996		
	Total	388.418	90			

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 1, diketahui nilai sig. sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa metode regresi linier berganda cocok digunakan untuk menguji pengaruh antara etika bisnis dan kompetensi professional terhadap kepuasan bermitra.

Analisis Regresi Linier Berganda

Table 2 Analisis Regresi Linier Berganda

Table 2 Analysis Regresi Linear Berganda						
Model		Coefficients ^a		t	Sig.	
		Unstandardized				Standardized
		Coefficients	Std. Error			
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.384	1.104		3.065	.003
	Etika Bisnis	.507	.067	.656	7.533	.000
	Kompetensi Profesional	.238	.080	.260	2.984	.004

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresinya adalah, sebagai berikut:

$$Y = 3,384 + 0,507 \text{ EB} + 0,238 \text{ KP} + e$$

Dalam model persamaan regresi linier berganda diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Bilangan konstanta (a) sebesar 3,384 artinya apabila etika bisnis dan kompetensi profesional tetap. Maka, kepuasan bermitra akan meningkat.
2. Koefisien regresi etika bisnis (X_1) sebesar 0,507, artinya bahwa jika variabel etika bisnis mengalami kenaikan maka kepuasan bermitra akan meningkat.
3. Koefisien regresi kompetensi profesional (X_2) sebesar 0,238, artinya bahwa jika variabel kompetensi profesional mengalami kenaikan maka kepuasan bermitra akan meningkat.

Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji secara Bersama-sama apakah etika bisnis dan kompetensi professional berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan bermitra. Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat diketahui nilai sig. 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel etika bisnis dan kompetensi professional berpengaruh terhadap kepuasan bermitra.

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara organisasial dalam menerangkan variabel dependen. Berdasarkan tabel 2 di atas, maka berikut hasil pengujian hipotesis secara parsial:

Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Bermitra

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa variabel Etika Bisnis (X_1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Bermitra (Y) karena nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel} = 7,533 \geq 1,987$ dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (H_1) diterima. Artinya, apabila dalam bermitra menerapkan etika dengan saling mematuhi peraturan, tidak merugikan masyarakat lain, menerapkan nilai budaya, melaksanakan segala norma hukum, tidak melanggar norma agama, serta berperilaku jujur akan meningkatkan kepuasan bermitra. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Asyari et al., (2022) dan Denni et al., (2022) yang menyatakan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Kompetensi Profesional Terhadap Kepuasan Bermitra

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa variabel Kompetensi Profesional (X_2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Bermitra (Y) karena pada nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel} = 2,984 \leq 1,987$ dengan nilai signifikansi 0,004. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H_2) diterima. Artinya, apabila dalam bermitra memiliki kompetensi profesional seperti menguasai pekerjaan yang akan dikembangkan, memiliki tujuan dalam bermitra, mampu mengembangkan target masa depan, selalu melakukan evaluasi untuk meningkatkan kualitas kinerja, serta mampu memanfaatkan teknologi dan keterbukaan informasi dalam bermitra akan meningkatkan kepuasan bermitra. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Asyari et al., (2022) dan Sahputra & Abizar, (2022) yang menyatakan bahwa kompetensi profesional memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui secara simultan seberapa besar variabel etika bisnis dan kompetensi profesional mempengaruhi kepuasan bermitra. Berikut adalah hasil koefisien determinasi pada analisis data menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS):

Table 3 Koefisien Determinasi				
Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.774	.769	.998

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,774 artinya variabel etika bisnis dan kompetensi profesional menjelaskan 77,4% variasi yang ada pada variabel kepuasan bermitra. Sisanya sebesar 22,6% merupakan variabel lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini seperti citra perusahaan, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lain sebagainya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel etika bisnis dan kompetensi profesional berpengaruh terhadap kepuasan bermitra baik secara simultan maupun secara parsial. Artinya, apabila dalam menjalankan bisnis dengan bermitra memiliki etika bisnis yaitu dengan menerapkan etika dengan saling mematuhi peraturan, tidak merugikan masyarakat lain, menerapkan nilai budaya, serta berperilaku jujur dan memiliki kompetensi profesional yang baik maka akan terciptanya kepuasan dalam bermitra. Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkan variabel penelitian seperti citra perusahaan, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lain sebagainya, serta memperluas sampel pada beberapa bidang perusahaan untuk dapat lebih digeneralisasikan. Diharapkan pula kepada PT Banda Arta Jaya Wiguna dan seluruh mitranya untuk dapat mempertahankan prinsip etika bisnis serta memiliki kompetensi yang profesional agar mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas masing-masing perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, P. W. (2018). Analisis Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi pada 33 Provinsi di Indonesia). *Universitas Brawijaya Malang*.
- Asyari, A., Dipateruna, D., & Rosaria Z, R. (2022). Membangun Orientasi Pelanggan Secara Profesional dengan Dasar Etika Bisnis. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 255. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.475>
- Denni, D., Robin, R., Irwadi, I., Hendy, H., & Victor, V. (2022). Pengaruh Etika Bisnis dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Rolimex Medan. *Sebatik*, 26(1), 231–238. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i1.1839>
- Dhermawan, A. A., Sudibya, I. G., & Utama, I. W. (2012). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja, Kompetensi, dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai di Lingkungan Kantor Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 6(2), 173–184.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F. B. (2019). Hubungan Kausalitas Antara Sektor Keuangan Dan Sektor Riil di Indonesia. 11(1), 44–60.
- Keraf, S., & Imam, R. H. (1998). Etika Bisnis. *Kanisius*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. *Erlangga*.
- Mintarti, S. (2017). *The influence of investment and labor and government spending on economic growth and employment*. 13(1), 28–38.
- Muliati, T., Nurmatias, F., & Azmi, K. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai. *Jurnal Al-Hisbah*, 2(2), 1–15.
- Mulyaningsih, & Hermina, T. (2017). Etika Bisnis. *CV Kimfa Mandiri*.
- Sahputra, M. A., & Abizar, H. (2022). Pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Manufaktur di Kota Serang. In *Technology, Education and Mechanical Engineering* (Vol. 17, Issue 2).
- Sasmita, L. A. (2010). Pola Kemitraan dalam Pengelolaan Sekolah sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*.
- Setiawan, M. A. (2015). Peranan Investasi Sektor Riil untuk Meningkatkan Perekonomian di Sumatera Barat Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. <http://fe.unp.ac.id/>
- Umam, M. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Bisnis Kuliner di Kecamatan Mayong Jepara. *Doctoral Dissertation, STAIN Kudus*.
- Wibowo, W. (2014). Manajemen Kinerja (Keenam, Vol. 70). *Rajawali Pers*.